

КЛИНИНГ В САМАРЕ — АНАЛИЗ Р



Сегодня внимание читателей журнала «Профессиональная уборка» мы хотели бы представить статью, появление которой в нашем издании весьма показательно. Обычно материал для публикаций предоставляется московскими и петербургскими компаниями, которые работают по России и странам Содружества, предлагая оборудование, химические средства и инвентарь. И если состояние рынка индустрии чистоты в этих городах более или менее известно, то как развивается клининговая отрасль, и каково ее состояние в других регионах России, мало кто, кроме жителей этих регионов, занятых в индустрии, знает. Поэтому мы очень благодарны самарской фирме ООО «Радник Сервисес Самара» за инициативу и материалы, благодаря которым появилась данная статья.

Хочется надеяться, что примеру «Радник Сервисес Самара» последуют и другие компании России, поскольку мы считаем, что такая информация поможет всем заинтересованным лицам сформировать более объективное мнение о состоянии клининговой отрасли в нашей стране.

В основу предлагаемого вниманию читателей материала легло маркетинговое исследование «Радник Сервисес Самара».

НАША СПРАВКА

Компания «Радник Сервисес Самара» осуществляет обслуживание коммерческой и промышленной недвижимости и предлагает профессиональные услуги в сфере клининга и эксплуатации зданий, поставку оборудования, сервисное обслуживание, обучение персонала и консультирование.

ООО «Радник Сервисес Самара» обладает статусом официального дистрибьютора в Самарской области по продаже уборочного оборудования «Numatic International» и моющих средств «Premiere Products» (Великобритания).

Компания использует новейшие методы по уходу за недвижимостью, и за 9 лет работы ее клиентами стали несколько сотен организаций в Поволжском регионе. Компания активно работает в Самарской области, сотрудничая с серьезными клиентами в городах Самара, Сызрань, Новокуйбышевск, Кинель, Отрадный, Жигулевск.

Численность персонала «Радник Сервисес Самара» без учета удаленных филиалов на 01 января 2006 года составляет 350 человек.

В настоящее время в Самаре на клининговом рынке работает более 30 фирм, самыми крупными из которых являются «Радник Сервисес Самара», «Клининг эксперт» и «Ф-Индустрия». Упор в обслуживании делается на оптимальное сочетание стоимости и качества обслуживания.

Структура деятельности выглядит следующим образом:

- клининговое обслуживание промышленных и офисных помещений;
- комплексное инженерное обслуживание объекта;
- поставка оборудования, химических средств и инвентаря для профессиональной уборки.

Оценить оборот клинингового рынка непросто: только ведущие компании могут проанализировать объем предоставляемых услуг. Менее крупным фирмам сложнее, так как крупных клиентов немного и они уже «заняты», то привлечение мелких сопровождается просветительской работой, которая достаточно затратна и ее тяжело оценить в материальном выражении. Кроме того, схожие на первый взгляд, заказы разнятся по сложности и стоимости услуг, поэтому понятия «средняя стоимость», не существует.

Наибольшим спросом сегодня пользуются услуги по чистке ковров и напольных покрытий, нанесение защитного слоя на напольные покрытия и сезонная мойка окон. В среднем чистка твердых напольных покрытий предлагается компаниями по \$1,5 за 1 м², нанесение защитного покрытия — по \$1 за 1 м², мойка стен, колонн, витрин — от \$0,5 за 1 м², а чистка ковровых покрытий — \$1,5 за 1 м². Средняя цена на комплексную уборку после завершения строительных работ составляет порядка 100 рублей за 1 м².

Крупные клининговые компании уделяют основное внимание большим и со-

лидным заказчикам — банкам, промышленным предприятиям, бизнес-центрам и другим подобным объектам. Небольшие фирмы, недавно вышедшие на рынок, готовы выезжать на любой объект: произвести очистку пола в торговом центре, сделать генеральную уборку в коттедже или вымыть окна в квартире. В этом одно из различий рынка Самары и Москвы: например, в Москве, клининговой называют любую фирму, занимающуюся уборкой, а в Самаре профессиональными клинерами принято считать тех, кто обслуживает большие корпоративные объекты; над всеми остальными тяготеет определение «бытового сервиса».

Солидные уборочные компании могут оказывать редкие, а порой и уникальные виды услуг: работы с применением альпинистского снаряжения, по удалению загрязнений, вышолов и цементной вуали с фасадов зданий, по уборке помещений после пожара. Также предлагаются работы по удалению водорослей с судов корпусов или яхт, услуги по нейтрализации запахов в очистных сооружениях, работы по очистке промышленного оборудования. Пример тому — самарский завод «Металлург», который «не мылся» более 40 лет.

При очевидной необходимости и перспективах клининга, рыночная ситуация на рынке далека от совершенства. Многие руководители компаний сходятся во мнении, что в городе пока отсутствует культура чистоты.

С одной стороны, о перспективах развития довольно красноречиво говорит активное строительство, особенно торгово-офисных центров с отличной отделкой. К новым материалам нецелесообразно применять традиционную влажную уборку, и собственники зданий уже на стадии строительства вынуждены думать о заключении договора с клининговой компанией.

С другой стороны, Самара — достаточно грязный город, но неочищенные фасады не приводят в шок ни владельцев, ни горожан. Профессиональная уборка зачастую сводится к очистке только нижнего этажа или входа — там, где «местная» уборщица просто не справляется с объемом работ. Контракт заключается по принципу: то, что видно издалека — моют профессионалы, а то, что не видно — можно оставить грязным.

По оценкам маркетологов, даже солидные компании-потребители клининговых услуг почти не задумываются о качественной уборке и абсолютно не готовы рассматривать варианты включения в бюджет расходов на клининг. Более того, если они все-таки пользуются услугами клинеров, то со временем пытаются образовать свою собственную службу чистоты «по образу и подобию». То есть любой крупный клиент клининговой компании может быть потерян для нее в будущем. Наверное, поэтому клинеры стремятся заключать договора также и на поставку уборочных систем и расходных материалов, становясь дистрибьюторами известных производителей уборочного оборудования. Проблема в том, что начинающая фирма вряд ли сможет вести этот параллельный бизнес — многие

РЫНОК И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

известные производители уже имеют в регионе своих представителей.

По словам Николая Черезова, директора «Радник Сервисес Самара», в Самаре конкуренция между клининговыми фирмами чрезвычайно высока. Впрочем, как и в Екатеринбурге и Саратове, Ульяновске и Перми. Причина этого двойная. С одной стороны — активное, даже агрессивное развитие самарских фирм в самом начале формирования рынка, задавшее соответствующий темп и четкость в работе. А с другой — удручающе низкая культура бизнеса и общества, в котором человек нетребователен к чистоте. Если на западе чистота давно стала важным маркетинговым инструментом, то в российской компании счастливы, что сумели купить (снять в аренду, построить) хороший, да что там хороший, просто — свой офис. И проблемы блестящих полов и чистых окон здесь не стоит вообще. По мнению Николая Черезова, остается ждать и работать: если хотя бы половина компаний, потенциально нуждающихся в клининге, изменит свой менталитет, рынок начнет по-настоящему расти.

Сегодня начать свой небольшой клининговый бизнес в Самаре несложно — скорее всего, это будут смешанные услуги небольшим компаниям и частным клиентам. В регионах рынок частных клиентов динамично развивается — стоит вспомнить о новых квартирах и коттеджах — и желающим работать на нем далеко не тесно. Можно надеяться (но пока лишь надеяться), что мелкие офисы и магазины тоже придут к услугам клининговых фирм.

Стартовый капитал для клининговой фирмы оценивается в сумму не более 5 тысяч долларов, вложенных в оборудование и организацию работы. Причем 99% сделок на рынке чистоты заключается методом прямых продаж, потенциальных клиентов не нужно вычислять специальными исследованиями, все они «лежат на поверхности» в прямом и переносном смысле. Не позже, чем через год упорная клининговая компания может работать с прибылью.

Куда более важной проблемой в организации новой фирмы является уровень профессионализма и добросовестное отношение к делу. Эти составляющие бизнеса наживаются путем небыстрой, недешевой и очень хлопотной работы по подбору, обучению кадров, оттачиванию технологий и формированию репутации на рынке.

В одной из старейших компаний, работающих на стыке «домашнего» и корпоративного клининга, компании «Эко-Стиль» отмечают, что успех в этой нише рынка невозможен без хорошей оснащенности профессиональным оборудованием и опытными кадрами.

Начинающие фирмы половину работы готовы делать руками с соответствующим качеством, но по откровенно низкой цене. Более того, многие из них не зарегистрированы как предприятие, в связи с чем у клиента должен вставать законный вопрос: кто будет отвечать, если на объекте случится ЧП? Серьезная фирма всегда отвечает за происходящее на объекте: от сохранности вещей и конфиденциальности до безупречного качества работ. Часто неудачи начинающих



фирм случаются из-за того, что их открывают люди, никогда не работавшие в клининге. Если крупная фирма рискует расплодить конкурентов из числа своих бывших профессионалов, то небольшая, как правило, возмущена тем, что ее сектор рынка испорчен случайными людьми — теми, кто спонтанно решил зарабатывать, убирая на заказ «бытовым способом». Рынок небольших клиентов достаточно велик, но и чрезвычайно капризен — их нужно убеждать в выборе профессиональной уборки, учитывать их платежеспособность, а неудовлетворение результатами сотрудничества равняется, порой, полной потере клиента. Зато довольные клиенты очень лояльны к однажды выбранной компании.

В последнее время на семинарах и встречах в рамках профессиональных объединений клинеров все чаще говорят об использовании клининговых компаний в качестве альтернативы службам ЖКХ. Примером такой альтернативы являются собственные эксплуатационные службы элитных жилых комплексов. В Москве (и не только) элитные дома предлагают к продаже уже с предоставлением клининговых услуг. Как следствие, компании, специализирующиеся на профессиональной уборке, собираются принимать активное участие в конкурсах по обслуживанию жилых домов. При этом «козырными картами» клинеров являются профессионализм и наработанный опыт.

«Радник Сервисес Самара» уже предлагает сотрудничество по эксплуатации и техническому обслуживанию инженерных сетей, оборудования торговых-офисных, жилых и промышленных зданий. Пока этой услугой интересуются в основном организации, но в условиях вступления в полную силу положений Жилищного Кодекса РФ есть все основания предполагать, что уже в

ближайшие месяцы вырастет спрос и со стороны вновь созданных ТСЖ.

Как показывают расчеты, вложения в клининг намного меньше по сравнению с затратами на капитальный ремонт зданий. Но, пожалуй, еще более значимым оказывается то обстоятельство, что, профессиональный подход к уборке напрямую связан с улучшением имиджа фирмы или компании, более высоким уровнем здоровья сотрудников и удовлетворенности клиентов окружающим пространством.

Услугами клининговых компаний в Самаре пользуются, в первую очередь, крупные компании, такие как Поволжский банк Сбербанка РФ, «GM-Авто-ВАЗ», КО «Россия», «Балтика-Самара», ТД «Перекресток» и многие другие, где европейский подход к вопросу был привнесен собственниками из-за рубежа.

Если говорить об уровне клининговых услуг в Самаре, то, проводя исследование, специалисты «Радник Сервисес Самара» сравнивали уровень своих предложений с одной из ведущих клининговых компаний Москвы — «Ренова-клининг».

Выводом из этой работы стало то, что типология предлагаемых услуг лидерами рынка Самары и Москвы идентична. С точки зрения оснащения современным оборудованием, структура которого также сравнивалась со структурой московской компании, можно утверждать, что по части использования современного импортного оборудования, технических средств уборки, расходных материалов, сопутствующих материалов и оборудования в Самаре и в Москве картина аналогична.

Кроме того, на уровне ассортимента товарного предложения по оборудованию и химическим средствам для профессиональной уборки потребителям самарского рынка предлагается также полный комплекс услуг.

Что касается перспектив развития самарского рынка клининговых услуг, то здесь ситуация достаточно сложная. На данном этапе, основные граничные условия, выявленные в ходе исследования «Радник Сервисес Самара» следующие:

- самарские фирмы не готовы покупать клининговые услуги на регулярной основе, так как уровень развития их бизнеса очень низкий;

- корпоративная культура большинства самарских фирм находится на крайне примитивном уровне развития;

- многие рынки и их сегменты находятся либо в условиях монополистической конкуренции, либо в условиях олигополии, поэтому привлечение и удержание клиентов не перешло на уровень, когда необходимо начать следить за «мелочами», такими как чистота, что свойственно компаниям Запада.

С точки зрения стороннего наблюдателя, учитывая высокую насыщенность рынка клининговых услуг предложением одной компании «Радник», можно рассматривать данный рынок монополистическим и не перспективным для вхождения других фирм в ближайшее время.

Более того, для дальнейшего развития рынка клининговых услуг в Самаре, имеющимся фирмам необходимо заниматься просветительской деятельностью среди потенциальных клиентов, которые пока что прибегают к их услугам только в случае крайней необходимости. Процесс «воспитания» клиента занимает долгое время, поэтому вхождение новых игроков на самарский рынок на данном этапе его развития не оправдано. Можно предположить, что, учитывая нецелесообразность вхождения новых игроков на рынок Самары, существующие клининговые компании будут заниматься развитием этого рынка еще не менее 3-5 лет.